رویکرد برافروختن: چگونگی بهینه سازی وبسایت‌ها برای مردم

مقدمه مترجم

امروزه بهینه‌سازی وبسایت تبدیل به یک اصل فراگیر در طراحی وبسایت شده است. بهینه‌سازی عبارت است از شیوه‌هایی که بکار می‌رود تا یک وبسایت رابطهٔ هر چه بهتر و محکم‌تر و آسان‌تری با موتور جستجو برقرار سازد؛ اما در این مطلب تادئوس شیوچک بلاگر مجرب آلمانی که به افراد در رابطه با وبلاگ‌ها، رسانه‌های اجتماعی و جستجو کمک می‌کند برای ما شرح می‌دهد که چگونه می‌توان یک وبسایت را برای مردم بهینه‌سازی کرد.

چگونه وبسایت‌ها را برای خوانندگانی که از اختلال توجه شدید رنج می‌برند، بهینه‌سازی نمایید؟

شما باید وبسایت خود را یافت‌پذیر، کنجکاوی برانگیز، خوانا، جالب توجه (درگیر کننده)، کاربردپذیر و محبوب نمایید و یا به‌طور خلاصه وبسایت رابرافروزید) انگیزه دادن به افراد برای استفاده از وبسایت، افراد را مشتاق خواندن وبسایت کردن).

یک آمار تکان‌دهنده در مورد میزان مطالعه در کتابخانه‌های ایالت متحده نشان می‌دهد که تقریباً ۲۰ درصد از آمریکایی‌ها اصلاً کتاب نمی‌خوانند.

اجازه دهید اعترافی بکنم: من تا شانزده‌سالگی کتاب نمی‌خواندم. من تا چهارده‌سالگی حتی روزنامه و مجله هم نمی‌خواندم. در آن زمان ما دسترسی به اینترنت و تلفن همراه هم نداشتیم، بنابراین وبسایت یا پیامک هم نمی‌خواندم! آن چیزی که اوضاع را بدتر هم می‌کند اینکه مادر من یک زبان‌شناس با گرایش آموزش زبان و ادبیات بود؛ اما این روزها من تقریباً ۵۰۰ صفحه کتاب در یک هفته می‌خوانم. گاهی اوقات دو یا سه کتاب را با هم می‌خوانم.

این تغییر و تحول معجزه‌آسا چگونه اتفاق افتاد؟

به نظر می‌رسد مورد من هم مانند بقیه این یک پنجم جمعیت ناخوشایند بود. البته به این صورت نبود که نمی‌توانستم بخوانم. من در چهارده‌سالگی می‌توانستم به سه زبان مختلف بخوانم. نمی‌خواستم کتاب بخوانم . فکر نمی‌کردم کتاب‌ها به اندازه کافی برای من جذابیت داشته باشند. قدر کتاب‌ها را نمی‌دانستم. فکر نمی‌کردم کتاب خواندن بتواند زندگی روزمره مرا پربار کند.

قصد من در اینجا تعریف سرگذشت خودم نیست. منظور من این است که شما می‌توانید محتوای موردنظر خودتان رایافت‌پذیر، کنجکاوی برانگیز، خوانا، جالب توجه (درگیر کننده)، کاربردپذیر و محبوب نمایید به‌گونه‌ای که همه مایل باشند آن را بخوانند و لذت ببرند.

افرادی که مطالعه‌ای ندارند فاقد یک تجربه اساسی بشری هستند. آن‌ها به کل دانش علمی دسترسی ندارند. این وظیفه ماست که کاری کنیم تا آن‌ها دوباره و یا کلاً از ابتدا شروع به خواندن کنند.

امروزه با توجه به اینکه وبسایت‌ها و تلفن‌های همراه تقریباً توسط همه افراد مورد استفاده قرار می‌گیرند، تشویق افراد به خواندن به مراتب راحت‌تر است. چگونه؟ شما باید وبسایت خود را بسازید:

یافت‌پذیر)Findable(

شما باید قابلیت پیدا کردن محتوای وبسایت خود را تضمین کنید؛ که این محتوا می‌تواند متن یا محتوای مختلط (متن و تصویر) یا فقط تصاویر باشد. حتی تصاویر بدون متن نیز می‌تواند باعث شود افراد به خواندن روی آورند. در این مورد شرح تصاویر شروع خوبی است.

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

بالاخره چطور من خواندن رو شروع کردم؟وقتی من چهارده‌ساله بودم مادرم مقاله‌ای در مورد شیرینی‌های مورد علاقه من در مجله هفتگی که پدرم برای سالیان مشترک آن بود به من نشان داد. من سال‌ها به جلد مجلات نگاه می‌کردم، اما حتی زمانی که عکس روی جلد مجله‌ای فریبنده بود من اشتیاقی به خواندنش نداشتم. مجلات همیشه در گوشه و کنار اتاق نشیمن پخش بودند؛ بنابراین اصلاً نیاز نبود که مادرم به دنبال آن‌ها بگردد، مجلات همیشه در دسترسش بودند.

امروزه دیگر آسان نیست که محتوای تولیدی خود را در فضایی که مخاطب دیگر اشتیاقی به ماندن و جستجو در آن را ندارد نگه دارید. یک روز فیس‌بوک، روز بعد اینستاگرام و روزی دیگر اسنپ‌چت. منتظر نباشید که وقتی شما در کنج خلوت باقی مانده‌اید دیگران به دیدار شما بیایند. مقداری از وقت خود را صرف فعالیت‌های تبلیغاتی برای وب‌سایت خود نمایید.

شما می‌توانید نقل قول‌هایی از نویسندگان مورد علاقه خود را در رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید. در واقع در صفحاتی مانند اینستاگرام، پینترست، تامبلر و توییتر. جملات قصار بازتاب خوبی دارند.

وب‌سایت خود را فقط برای گوگل بهینه‌سازی نکنید. روی جستجوی داخلی وب‌سایت خود کار کنید. محتوا را برچسب بزنید. اطمینان حاصل کنید تصاویر و نقل‌قول‌هایتان را می‌توان به‌راحتی در پینترست یا توییتر پیدا کرد.

کنجکاوی برانگیز (Intriguing)

حالا شما هم حتماً تأیید می‌کنید که توقف در یک وضعیت و منفعل بودن به‌تنهایی کافی نیست و احتمالاً از چگونگی علاقه‌مند کردن افرادی که هرگز مطالعه نکرده‌اند متعجب خواهید شد. باید توجه کنید که افرادی که نمی‌توانند به‌سرعت بخوانند یا درک کنند، نیازمند سایر اشکال محتوایی هستند که بخش بزرگی از آن را متن تشکیل نداده باشد. همچنین شما باید آن‌ها را به محتوایی که مورد علاقه آن‌هاست متوجه نمایید. فقط سعی نکنید که آن‌ها را به خواندن چیزی که مورد نظر خود شماست ترغیب کنید.

حتی کلیک بیت (محتوایی که هدف اصلی آن جلب توجه و تشویق بازدیدکنندگان به کلیک بر روی یک لینک به یک صفحه وب خاص است) هم می‌تواند کمک کند. همه‌چیز را در تیتر نشان ندهید.

خوانا (Readable)

خوانا بودن مطالب یک مسئلهٔ بزرگو البته مشابه در رابطه با کتاب‌ها و وب‌سایت‌ها است.

گسترهٔ توجه ما در این زمانه بسیار کم شده است و صفحه نمایش‌های کوچک هم روند خواندن را دشوارتر کرده‌اند. به صورتی که ما دیگر نمی‌توانیم بر پاراگراف‌های طولانی و یا حتی جملات تمرکز کنیم.

همچنین این مسئله به دسترس‌پذیری برمی‌گردد. خوانندگان ممکن است دچار نقص شناختی باشند. خود من نقص شناختی دارم، زمانی که خسته می‌شوم یا از حملات میگرنی رنج می‌برم نمی‌توانم به‌درستی بخوانم. افراد دیگر ممکن است در حد متوسطی باشند، اما هنگام خواندن در حال حرکت و یا به‌طور کلی انجام چندین کار با هم دچار مشکل شوند.

شما باید همهٔ کاربران وب‌سایت خود را در نظر بگیرید؛ بنابراین سعی کنیداز جملات کوتاه برای نوشتن استفاده کنید و مسائل را فقط برای اینکه که هوشمندانه به نظر برسد پیچیده نکنید. نوشتن مطلب در وب‌سایت مثل نوشتن پایان‌نامه نیست. بلکه باید به صورتی باشد که مخاطب بیشتری جذب کند. توییتر برای تمرین در این مورد فضای مناسبی است. پیام خود را در ۱۴۰ (به تازگی توییتر تعداد کاراکترهای هر پیام را دو برابر و به ۲۸۰ عدد افزایش داده است) کاراکتر بنویسید و برای بقیه وب‌سایت هم به همان شیوه عمل کنید. نویسندگانی مانند ارنست همینگوی یا پل آستر از سادگی در نوشتن برای پیدا کردن تعداد زیاد مخاطب استفاده کرده‌اند.

هرچند که فقط انتخاب کلمات ساده، جملات و پاراگراف‌های کوتاه کافی نیست، شما باید متن را فرمت کنید: از بلوک نقل‌قول، فهرست‌ها، متن ضخیم و افکت‌های نشان‌دار کردن متن استفاده کنید. ثابت شده است که بهترین روش برای افزایش خوانایی وب‌سایت توجه به این موارد است.

جالب‌توجه (Engaging)

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

این کلیشهٔ رسانه‌های اجتماعی قدیمی که «شما باید خود را درگیر گفتگو کنید» کاملاً درست است. همانند این کار را شما باید در وب‌سایت خود انجام دهید. با لحن محاوره‌ای بنویسید. در واقع با خوانندگان خود صحبت کنید. در مقالات خود سؤال مطرح کنید، نه اینکه فقط سخنوری کنید. برای دریافت بازخورد مخاطبان اطلاعات تماس را به وب‌سایت خود اضافه کنید.

با تعریف کردن داستان‌های مختلف و نوشتن در مورد افراد واقعی مثل خودتان، خوانندگان را درگیر احساسات کنید؛ و مهم‌تر اینکه موضوعات ارزشمند را پوشش دهید. فقط خودتان و موضوعات مورد علاقهٔ خود را تبلیغ نکنید. آنچه را که دیگران دوست دارند منتشر کنید.

البته که شما قصد ندارید یک کتاب را از روی جلد آن قضاوت کنید، ولی همهٔ ما تقریباً این کار را انجام می‌دهیم. در مورد وب‌سایت هم به همین‌گونه است،این مهم است که چه چیزی در بالای صفحه قرار دارد و در نگاه اول دیده می‌شود. قرار دادن محتوای بصری جذاب در بالای صفحهٔ اول و دیگر صفحات وب‌سایت، می‌تواند در همان نگاه اول تأثیر خوبی بر روی مخاطبان داشته باشد.

کاربردپذیر (Usable)

بسیارخوب تا به اینجا شما همه چیز را درست انجام داده‌اید. حالا به اصطلاح آتش برافروخته شده است. وب‌سایت و محتوای تولیدی شما جستجو پذیر، کنجکاوی برانگیز، خوانا، جالب توجه و ... ؛ اما وب‌سایت شما ممکن است هنوز هم به‌طور کامل شکست بخورد. پس مشکل چیست؟ این می‌تواند به دلیل تمام موارد فوق باشد، یعنی وقتی همهٔ این موارد وجود داشته باشند ولی قابل استفاده نباشند، پس همه چیز هدر می‌رود. کاربردپذیری یا تجربه کاربر در بسیاری از سطوح مهم است.آیا همه می‌توانند به وب‌سایت دسترسی داشته باشند و از آن استفاده کنند؟

بعضی از این غیرخوانندگان ممکن است در واقع ناتوان باشند، برای مثال ضعف بینایی دارند!

به عنوان مثال وقتی‌که شما قادر به ارائه متن جایگزین برای تصاویرتان نیستید و صفحه را فقط با استفاده از صفحه کلید قابل هدایت می‌کنید در واقع آن مخاطب خاص را از دست می‌دهید.

در مورد دیگران هم ممکن است که در اولین نگاه سالم و فعال به نظر بیایند، اما اغلب آن‌ها مثل من بدون علت خسته و بیمار هستند. من پس از خیره شده طولانی‌مدت به صفحه نمایش دیگر نمی‌توانم پاراگراف‌های طولانی را بخوانم، از میان منوهای بسیار بزرگ و شلوغ بخشی را انتخاب کنم و یا حتی رنگ‌های روشن با کنتراست زیاد را تحمل کنم.

هنگام ساخت وب‌سایت‌ها خلاقیت بیش از حد به کار نبرید. وب‌سایت یک اثر هنری نیست، بلکه قابی برای نمایش یک اثر هنری است. آن را با استفاده از بار شناختی کم (بار وارد شده بر حافظه کاری در هنگام پردازش اطلاعات برای یادگیری)، نه با دوباره‌کاری و استفاده از ایده‌های تکراری ساده نگهدارید.

فقط لوگو را در بالا سمت چپ (در مورد وب‌سایت‌های انگلیسی زبان و مشابه) قرار دهید، سیستم هدایت وب‌سایت را در بالای صفحه و محتوا را در پایین قرار دهید. بیش از ۶ آیتم منو اضافه نکنید.

تبلیغات چشمک‌زن و گمراه کنندهٔ «شما ممکن است این را هم بپسندید» را محدود و یا حذف کنید.

محبوب (Popular)

حتی وقتی‌که تقریباً همه می‌توانند از وب‌سایت شما استفاده کنند، این وب‌سایت هنوز به اندازه کافی موفق نشده است. چون بی‌گمان وب‌سایت شما نیاز به کسب محبوبیت دارد. محبوبیت وب‌سایت شما می‌تواند در گستره وسیع و یا فقط در منطقه یا محیط زندگی شما باشد. محبوبیت می‌تواند نسبی باشد، مثلاً یک رستوران محبوب در محله شما حتماً نباید مک‌دونالد باشد.

کسب محبوبیت را مانند تشریح علم برای طیف گسترده‌ای از مخاطبان در نظر بگیرید. این مسئله به ادراک مخاطبان مربوط می‌شود. مثلاً هنگامی‌که دانشمندان برای هر کسی از همتایان خود مطلبی می‌نویسند، هیچ کس دیگری به‌جز همان

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

مخاطبان خاص نمی‌توانند آن‌ها را درک و یا نقد کنند. بسیاری از وبلاگ نویسان و صاحبان وب‌سایت‌ها همانند دانشمندان فقط برای امثال خود می‌نویسند. باید به خاطر داشته باشید که محتوای وب‌سایت برای افراد متوسط نیز هست.

موضوعات پوشش داده شده برای بسیاری از افراد می‌تواند مهم باشد. از زبان نوشتاری به گونه‌ای استفاده کنید که هر مخاطبی بتواند فارغ از اختصارات مبهم و زبان خاص نوشتاری آن را درک کند.

فرض را بر این نگذارید که همه می‌دانند شما در چه موردی صحبت می‌کنید و زمینه موضوع را در رأس مطلب قرار دهید.

و آخرین اما نه کم اهمیت‌ترین مورد این است که فرایند برقراری پیوند و اشتراک را نه‌فقط با تمرکز بر وب‌سایت‌های شخص ثالث (وب‌سایت اداره شده توسط شرکت‌ها و اشخاص دیگر) ساده کنید. اجازه دهید دیگران به‌راحتی به وب‌سایت شما لینک دهند و مطالب شما را با ایمیل و یا نرم‌افزارهای پیام‌رسان به اشتراک بگذارند.

اجازه کپی و چسباندن را بدهید! گاهی اوقات حتی قابلیت انتخاب یک تیتر یا متن نقل‌قول برای کپی کردن به دلیل طراحی نامناسب غیرممکن است.

آیا اکنون مشتاق به ایجاد وب‌سایت هستید؟ امیدوارم این‌گونه باشد. البته من سعی کردم از رویکرد خودم (برافروختن) در اینجا استفاده کنم. فایده‌ای داشت؟

منبع:

این مطلب ترجمه مطلبی با این عنوان است: The FIRE UP Approach: How to Optimize Websites for People

مترجم: لیلا فتحی

مشخصات استناددهی به این مقاله

نویسنده(ها):	لیلا فتحی
عنوان مقاله:	رویکرد برافروختن: چگونگی بهینه سازی وب‌سایت‌ها برای مردم
عنوان مجله:	کتابدار ۲.۰ –(عنوان لاتین: 2.0 i-Kitabdar)
دوره مجله(Vol):	۳
شماره مجله(Issue):	۵
سال(Year):	۱۳۹۶
شناسه دیجیتال(DOI):	
لینک کوتاه:	http://lib2mag.ir/9293

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.